

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Implementasi Bauran Pemasaran Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung pada Objek Wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek**” ini ditulis oleh Lailatul Mahmudah, NIM 17402163034, pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena semakin banyaknya objek wisata di berbagai daerah khususnya di Trenggalek. Ngerit Stone Park merupakan objek wisata baru yang jumlah pengunjungnya mengalami kenaikan setiap tahunnya. Penentuan strategi yang tepat dapat meningkatkan jumlah pengunjung, tanpa adanya strategi yang tepat sektor pariwisata akan menjadi tidak menarik wisatawan, salah satu strategi yang digunakan adalah dengan menerapkan bauran pemasaran.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana penerapan bauran pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada objek wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek. (2) Bagaimana bentuk kendala yang muncul pada objek wisata Ngerit Stone Park dalam meningkatkan jumlah pengunjung? (3) Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menghadapi kendala yang terjadi dalam meningkatkan jumlah pengunjung? Penelitian ini dilakukan di objek wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan mengidentifikasi terkait pelaksanaan kegiatan-kegiatan bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Variabel bauran pemasaran dalam penelitian ini adalah *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh bahwa (1) Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran yang meliputi *product*, *price*, *place* dan *promotion* dengan tepat maka jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. (2) Kendala yang terjadi adalah kurangnya kesadaran masyarakat dan pengunjung, belum adanya bantuan dari pemerintah atau kurangnya anggaran, ketersediaan sarana dan prasarana masih kurang, dan kurang maksimal dalam promosi. (3) Upaya yang dilakukan pengelola dalam kendala yang terjadi adalah dengan memberikan kontribusi kepada masyarakat, memasang papan peringatan, menyisihkan sebagian pendapatan, dan memberikan edukasi dalam hal promosi.

**Kata Kunci :** Bauran Pemasaran, Wisatawan, *Product*, *Place*, *Price*, *Promotion*.

## **ABSTRACT**

*This thesis with the title “Implementation of Marketing Mix to Increase the Number of visitors to the Attraction of Ngerit Stone Park Trenggalek Regency” was written by Lailatul Mahmudah, NIM 17402163034, Advisor Dr. Sutopo, M.Pd.*

*This research is motivated by the phenomenon of the increasing number of tourist objects in various regions, especially in Trenggalek. Ngerit Stone Park is a new tourist attraction whose number of visitors has increased every year. Determining the right strategy can increase the number of visitors, without the right strategy the tourism sector will not attract tourists. One of the strategies used is to apply a marketing mix.*

*The focus of this research is (1) How is the application of the marketing mix in increasing the number of visitors to the Ngerit Stone Park tourism object, Trenggalek Regency. (2) How does the relationship appear in the Ngerit Stone Park tourist attraction in increasing the number of visitors? (3) How are the efforts made to deal with the problems that occur in increasing the number of visitors? This research was conducted in the tourist attraction of Ngerit Stone, Trenggalek Regency. This type of research is descriptive qualitative, which is associated with the implementation of marketing activities to increase the number of visitors. Marketing mix variables in this study are product, price, place, and promotion. The data methods used include interview, observation, and documentation methods. The data analysis used included data reduction, data presentation, and withdrawal. The data collected was then analyzed descriptively qualitatively.*

*The results obtained are that (1) By implementing a marketing mix strategy that includes product, price, place and promotion appropriately, the number of visitors at the Ngerit Stone Park tourist attraction in Trenggalek Regency has increased from year to year. (2) The constraints that occur are the lack of public awareness and visitors, the absence of assistance from the government or a lack of budget, the availability of facilities and infrastructure is still insufficient, and less optimal in promotion. (3) Efforts made by the manager in the case of problems that occur are by contributing to the community, installing warning boards, setting aside a portion of income, and providing education in terms of promotion.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Tourists, Product, Place, Price, Promotion.*